

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan oleh :

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2013

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Ekonomi



Diajukan Oleh :

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2013

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan oleh :

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2013

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Ekonomi



Diajukan Oleh :

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2013

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI SURABAYA

Disusun Oleh:

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI
0912010130/FE/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji
Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 31 Mei 2013

Pembimbing Utama

Tim penguji
Ketua

Dr. Prasetyo Hadi, MM

Dr. Prasetyo Hadi, MM
Sekretaris

Dra.Ec. Kustini. Msi
Anggota

Dra.Ec. Nur Mahmudah. Ms

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 19630924 198903 1001

Usulan Penelitian

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI WILAYAH MAYJEND SUNKONO SURABAYA

Yang diajukan

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Dr. Prasetjohadi, SE, MM
NIP. 196008041989031001

Tanggal :
.....

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.
NIP. 196509071991031001

Usulan Penelitian

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI WILAYAH MAYJEND SUNKONO SURABAYA

Yang diajukan

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Dr. Prasetjohadi, SE, MM
NIP. 196008041989031001

Tanggal :
.....

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.
NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION
DI WILAYAH MAYJEND SUNKONO SURABAYA

Yang diajukan

FIFIN MEIDIAWATI MAYASARI

0912010130/FE/EM

Disetujui untuk ujian skripsi

Pembimbing Utama

Dr.Prasetjo Hadi ,SE,MM
NIP. 196008041989031001

Tanggal :
.....

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “

Jawa Timur

Dra.Ec.R.A.Suwaedi, MS
NIP. 19600330198603100

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan berkatnya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA LEXAM DIWILAYAH MAYJEND SINGKONO”

Saya menyadari bahwa dalam menyelesaikan karya tulis ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur.SE, MM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar,MM, selaku ketua program studi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr.prasetjohadi,SE,MM selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga penulis bisa merampungkan tugas skripsi.
5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasioanl “Veteran” Jawa Timur.
6. Dealer dan MPM di mayjend sungkono yang telah membantu dalam penyusunan skripsi penulis.
7. Kepada Bapak ibu dan adikku tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
8. Kepada teman2ku yang Sudah turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritiknya membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salam hormat,
Surabaya, 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Manajemen.....	11
2.2.2. Arti dan Pentingnya Pemasaran.....	12
2.2.3. Pengertian Pemasaran	13
2.2.4. Pengertian Bauran Pemasaran	14
2.2.5. Falsafah Manajemen Pemasaran	15
2.3. Kepuasan Konsumen	17
2.3.1. Pengertian Kepuasan	17
2.3.2. Pengertian Kepuasan Konsumen	17

2.3.3. Dimensi Kepuasan Konsumen	20
2.3.4. Pengukuran Kepuasan Konsumen	22
2.3.5. Konsep Kepuasan Pelanggan	24
2.3.6. Faktor yang mendorong kepuasan konsumen	26
2.3.7. Indikator Kepuasan	27
2.4. Kualitas Produk	27
2.4.1. Pengertian Produk.....	27
2.4.2. Klasifikasi Produk	28
2.4.3. Atribut Produk.....	30
2.4.4. Pengertian Kualitas Produk.....	31
2.4.5. Dimensi Kualitas Produk	31
2.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen...	33
2.6. Kerangka Model Penelitian	35
2.7. Hipotesis.....	35

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1. Pengukuran Variabel	40
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	41
3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel	42
3.3. Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1. Jenis dan sumber data	43
3.3.2. Sumber Data.....	43
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	44

3.4	Teknik Analisis Data dan uji Hipotesis.....	44
3.4.1.	Model struktural atau inner model.....	46
3.4.2.	Modal pengukuran atau outer model	46
3.4.3.	Metode sobel	47
BAB V HASIL PENELITIAN		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.1.1	Sejarah Perusahaan Yamaha	51
4.1.2	Visi dan Misi Yamaha	52
4.2	Deskripsi Objek Penelitian	53
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.3.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.3.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	54
4.3.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.3.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.3.5	Deskripsi Kualitas Produk	56
4.3.5.1	Deskripsi Kinerja (X1)	57
4.3.5.2	Deskripsi Feacture (X2)	59
4.3.5.3	Deskripsi Durability	60
4.3.5.4	Deskripsi Serviceability (X4)	61
4.3.5.5	Deskripsi Estetika	62
4.3.6	Deskripsi Kepuasan Konsumen	63
4.4	Analisis Data	66
4.4.1	Evaluasi Outlier	66

4.4.2 Frekuensi	68
4.5 Partial Least Aquare	75
4.5.1 Model PLS	75
4.5.2 Uji Validitas	79
4.5.3 Reability	80
4.6 Inner Model (Pengujian Model Struktural)	80
4.6.1 R-Square	81
4.6.2 Patc Coeficient (mean, stdv,T-Values)	81
4.6.3 Pengujian Hipotesis	82
4.7 Pembahasan hasil Penelitian	83
4.7.1 Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.5	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Kinerja (X1)	57
4.6	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Feacture (X2)	58
4.7	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Durability (X3)	60
4.8	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Serviceability (X4)	61
4.9	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Estetika (X5)	62
5.0	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	64
5.1	Residuals Statistics	67
5.2	Frekuensi Kualitas Produk	68
5.3	Frekuensi Kepuasan Konsumen	73
5.4	Reability	80
5.5	R-Square	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Konsep Kepuasan Konsumen	25
Gambar 3.2	Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1	Model Partial Least Square	75

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner

Hasil Tabulasi Kuisisioner

Hasil Olah Data PLS

Berita Acara Proposal

Transkrip Nilai Terakhir

Kartu Bimbingan Penyusunan Skripsi

KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION DIWILAYAH MAYJEND SUNKONO SURABAYA

Oleh :
Fifin Meidiawati Mayasari
0912010130

Abstraksi

Dunia pemasaran yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing. Untuk tetap bertahan dalam dunia pemasaran yang semakin cepat berubah maka perusahaan dituntut bekerja keras dan lebih kreatif dalam menghadapi selera konsumen atau calon konsumen yang semakin beragam perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan inovasi dan peka terhadap perubahan keinginan pasar, sehingga perusahaan mampu memberikan derajat kepuasan yang memenuhi harapan para konsumen. Selama ini perusahaan harus dapat mengetahui kepuasan konsumen dengan persepsi konsumen, dan perusahaan harus dapat mengantisipasi ancaman yang timbul dari pesaing, untuk dapat menghadapi yang ada perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mempertahankan konsumen dengan menghasilkan produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Jika produk tersebut mempunyai kualitas baik atau kinerja produk itu baik maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya jika produk mempunyai kualitas buruk konsumen tidak akan puas. Karena kepuasan ditentukan oleh persepsi konsumen tentang jasa atau produk yang memenuhi kebutuhan mereka.

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan konsumen pengguna Yamaha vixion pada bulan januari – maret 2013 dengan jumlah sample 51 orang. Pengujian hipotesis dan metode analisa yang digunakan adalah PLS. penafsiran pengaruh pada masing masing variable bebas terhadap variable terikatnya menggunakan koefisien jalur, hal ini dikarenakan penelitian ini memiliki beberapa indikator dari masing masing variable bebas dan terikat. Didalam penelitian ini menggunakan variable 5 dimensi dengan (X1) kinerja/performance, (X2) ciri ciri / feaktur, (X3) Daya tahan., (X4) serviceability, (X5) estetika, dan Variabel (Y) kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan dapat disimpulkan sebagai berikut kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keywords : Kualitas Produk Dan Kepuasan konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Dunia pemasaran yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing. Untuk tetap bertahan dalam dunia pemasaran yang semakin cepat berubah maka perusahaan dituntut untuk semakin bekerja keras, pintar dan kreatif. Disisi lain konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk. Membuat produk yang bermutu dan digemari merupakan tantangan bagi perusahaan.

Perusahaan masa kini sedang menghadapi persaingan terberat yang pernah dihadapi. Mereka beralih dari filosofi pemasaran, mereka dapat memenangkan persaingan. Perusahaan dapat menarik konsumen dan mengungguli pesaing mereka. Jawabannya adalah dengan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen secara lebih baik. Hanya perusahaan yang berfokus pada konsumen yang berhasil menarik konsumen, dan bukan hanya berhasil memperkenalkan produk.

Setiap perusahaan didirikan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan tetap mempertahankan kesejahteraan karyawan serta lingkungannya, disamping itu juga ada tujuan lainnya adalah untuk perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan

datang, sehingga di dalam merealisasikan tujuannya pada upaya untuk meningkatkan volume penjualan.

Perusahaan yang berfikir bahwa mendapatkan konsumen adalah tugas bagi pemasaran/penjualan. Bagian pemasaran yang terbaik di dunia sekalipun tidak dapat menjual produk yang buruk atau yang gagal memenuhi kebutuhan setiap orang. Bagian pemasaran hanya dapat menjadi efektif pada perusahaan yang seluruh bagian dan karyawannya telah merancang serta menjalankan sistem penyampaian nilai konsumen yang lebih unggul dari pada para pesaingnya

Setiap konsumen akan menyukai produk dengan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang baik. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dari keseluruhan operasional perusahaan. Produk-produk yang ditawarkan oleh produsen dan dibeli oleh konsumen adalah untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Oleh karena itu para konsumen akan memilih barang atau jasa yang dapat memenuhi harapannya.

Dalam menghadapi selera konsumen atau calon konsumen yang semakin beragam perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan inovasi dan peka terhadap perubahan keinginan pasar, sehingga perusahaan mampu memberikan derajat kepuasan yang memenuhi harapan para konsumen, selama itu perusahaan harus dapat mengetahui kepuasan konsumen dengan persepsi konsumen, dan perusahaan harus dapat mengantisipasi ancaman yang timbul dari para pesaing untuk menghadapi

tantangan yang ada, perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mempertahankan konsumen dengan dengan menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pada umumnya konsumenlah yang memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang disukai dan memiliki kualitas yang baik.

Kotler dan amstrong (1991 : 257) mengatakan “product quality means thr ability of product to perform it’s function”. Yang artinya kualitas produk kemampuan suatu produk didalam menjalankan fungsinya. Menurut kotler (1997 : 36) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika produktersebut mempunyai kualitas yang baik atau kinerja produk itu baik maka konsumen akan merasapuas dan sebaliknya jika produk tersebut mempunyai kualitas yang buruk maka konsumen tidak akan puas. Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen tentang jasa atau produk yang memenuhi kebutuhan mereka. Ada lima factor yang mendorong kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga ,pelayanan,emosional, dan kemudahan.

Dari uraian diatas dapat suatu hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen yakni kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diperoleh jika produsen mampu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan ditunjang dengan fitur-fitur produk yang diharapkan oleh konsumen.

Dealer Yamahayang menjual motor-motor Yamaha dengan berbagai macam type dan merek dari yamaha. motor ini tidak hanya melayani penjualan motor-motor yamahadan penjualan suku cadang tetapi juga service motor. Alasan peneliti memilih dealer ini karena lokasi mudah terjangkau, ready stok pelayanan yang ramah dan proses yang cepat, terdapat pelayanan service motor merupakan bengkel resmi dengan teknisi yang handal, menyediakan suku cadang yang lengkap dan original dan juga satu dari dua yang ada di wilayah surabaya. Namun dalam akhir akhir ini sepeda motor yamaha untuk jenis motor injection Yamaha Vixion terjadi penurunan penjualan.

tabel 1.1 data top brand image tahun 2009

Merk	TBI
Yamaha vixion	50,8%
Honda beat	64,4 %
Kawasaki ninja	45,5 %
Suzuki satria	38,8 %

Tabel 1.2 data top brand image tahun 2010

Merk	TBI
Yamaha vixion	56,9 %
Honda beat	64,1 %
Kawasaki ninja	33,7 %
Suzuki ninja	29,8 %

Tabel 1.2 data top brand image tahun 2010

Merk	TBI
Yamaha vixion	53,4%
Honda beat	52,9 %
Kawasaki ninja	51,3 %
Suzuki ninja	49.9 %

Sumber : majalah SWA

Data otomotif Indonesia adalah wujud pengakuan dari konsumen terhadap sebuah merek sebuah produk motor, survey yang dilakukan terhadap konsumen.

Fenomena yang ada pada penelitian ini, adanya penurunan nilai dari data penjualan motor Yamaha Vixion adalah penurunan penjualan suatu wilayah, total penjualan menggambarkan bentuk riil dari kepuasan konsumen. Sehingga penurunan penjualan motor Yamaha Vixion dapat dijadikan indikator dari kepuasan konsumen. Menurunnya kepuasan

konsumen diindikasikan karena kualitas produk yang kurang memuaskan, teknologi mesin yang dimiliki Yamaha Vixion ini kurang maksimal dan fitur-fitur atau yang dimiliki Yamaha Vixion seperti model atau body-nya kurang menarik, injeksi dan teknologi yang berbeda juga kurang begitu diminati konsumen.

Kualitas produk tersebut mengalami penurunan penjualan yang menyebabkan kepuasan konsumen yang menurun, kualitas produk berperan penting terhadap produk yang ditawarkan yang semuanya itu diharapkan mampu menimbulkan kepuasan dari konsumen. Hal ini tentu saja akan mampu mempengaruhi konsumen untuk pasti melakukan pembelian. Perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang lebih berfokus terhadap kualitas produk karena kualitas produk sangat efektif dalam mempengaruhi konsumen.

Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Kenyataannya kualitas produk dan harga merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi Tata et. Al, (Bayu Hadyanto 2007).

Adanya data penjualan yang menurun pada produk motor Yamaha Vixion, maka bisa digambarkan konsumen mungkin kurang puas dengan kualitas disamping dengan harga yang mahal membeli produk motor Yamaha Vixion dan juga Yamaha akhir ini mengeluarkan produk Yamaha

Vixion keluaran terbaru, meskipun ada beberapa saja konsumen yang membelinya hal ini lah yang harus di evaluasi dari pihak Yamaha, sehingga nantinya kepuasan konsumen akan produk motor Yamaha Vixion dapat bersaing kembali.

Suatu pruduk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya Speng et. Al. Dalam jurnal (Bayu Hadiyanto : 2007)

Kualitas produk menurut kotler dan keller (2006 : 138) kualitas adalah is the totality of features and characteristic a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs. Kualitas adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung atau tidak langsung.

Produk menurut kotler dan keller (2006 : 344) adalah is anything that can be offered to market satisfy a want or need. Produk adalah apa saja yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Jadi, kualitas produk adalah keseluruhan corak dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keeiinginan ataupun kebutuhan para pelanggan.

Atas dasar latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA MOTOR YAMAHA VIXION DI SURABAYA.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, maka perumusan masalah yang dipergunakan dalam penelitian adalah :

- Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen motor Yamaha vixion di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan, secara garis besar penelitian bertujuan :

- Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen membeli motor Yamaha Vixion di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di ambil di penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi perusahaan

Memberikan sumbangan referensi bagi perusahaan dalam membuat suatu kebijakan atau strategi peluncuran produk baru. Agar perusahaan lebih dapat mengidentifikasi akan kebutuhan-kebutuhan konsumen.

b. Bagi penyaji ilmu

Memberikan sumbangan referensi bagi akademis lainnya sebagai penelitian lanjutan yang sejenis sehingga ilmu dapat semakin berkembang.